



公共外交新走向丛书

世界新公共外交 模式与趋势

New Public Diplomacy in the World:
Patterns and Trends

李华 ■ 著

时事出版社



公共外交新走向丛书

世界新公共外交 模式与趋势

New Public Diplomacy in the World:
Patterns and Trends

李华 ■ 著

时事出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界新公共外交：模式与趋势/李华著. —北京：时事出版社，
2017. 2

ISBN 978-7-5195-0057-3

I. ①世… II. ①李… III. ①外交—研究—世界 IV. ①D80

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 254625 号

出版发行：时事出版社

地 址：北京市海淀区万寿寺甲 2 号

邮 编：100081

发行热线：(010) 88547590 88547591

读者服务部：(010) 88547595

传 真：(010) 88547592

电子邮箱：shishichubanshe@sina.com

网 址：www.shishishe.com

印 刷：北京市昌平百善印刷厂

开本：650×980 1/16 印张：19.25 字数：294 千字

2017 年 2 月第 1 版 2017 年 2 月第 1 次印刷

定价：82.00 元

(如有印装质量问题，请与本社发行部联系调换)

谨以此书献给我最敬爱的父母

目 录

绪 论	(1)
第一章 智库公共外交	(8)
第一节 智库公共外交概论	(8)
第二节 智库公共外交案例	(13)
第三节 中国智库公共外交	(28)
第二章 媒体公共外交	(36)
第一节 媒体公共外交概论	(36)
第二节 媒体公共外交案例	(45)
第三节 中国媒体公共外交	(58)
第三章 文化公共外交	(69)
第一节 文化公共外交概论	(69)
第二节 文化公共外交案例	(79)
第三节 中国文化公共外交	(98)
第四章 企业公共外交	(109)
第一节 企业公共外交概论	(109)
第二节 企业公共外交案例	(122)
第三节 中国企业公共外交	(127)

第五章 卫生公共外交	(138)
第一节 卫生公共外交概论	(138)
第二节 卫生公共外交案例	(148)
第三节 中国卫生公共外交	(156)
第六章 国际组织公共外交	(169)
第一节 国际组织公共外交概论	(169)
第二节 国际组织公共外交案例	(176)
第三节 中国国际组织公共外交	(209)
第七章 宗教公共外交	(220)
第一节 宗教公共外交概论	(220)
第二节 宗教公共外交案例	(234)
第三节 中国宗教公共外交	(241)
第八章 侨务公共外交	(252)
第一节 侨务公共外交概论	(252)
第二节 侨务公共外交案例	(254)
第三节 中国侨务公共外交	(275)
参考文献	(289)
后记	(301)

绪 论

自1856年1月15日英国《时代》杂志首次出现“公共外交”一词到1965年美国塔夫茨大学埃德蒙·格利恩教授关于公共外交经典演说词^①的广为流传，历经两次世界大战和冷战对抗岁月的洗礼，直至“9·11”事件后美国对公共外交的重新检视，公共外交作为国家形象与国家软实力提升的重要路径已成为国际外交实践和理论研究领域普遍达成的共识。

从公共外交的历史发展契机来看，冷战后以互联网为代表的一系列新媒体的出现和发展是推动传统公共外交凤凰涅槃的重要诱因，而“9·11”事件则成为引发国际学术界尤其是欧美学者对“新公共外交”进行探讨的重要标志性事件。正是“9·11”事件以及其后美国政府在世界范围内特别是中东地区所开展的一系列公共外交活动引发了欧美学者对全球化时代新公共外交的研究热潮，这股热潮直接推动、影响了世界各国公共外交的推陈出新和崭新实践。

本研究认为，与时俱进不仅是实践的本性而且也必须是理论的品质，传统的公共外交概念的界定也必须与时俱进。据此，本研究聚焦于公共外交的动向及其最新发展趋势，并将新公共外交做如下界定：

^① 目前，国内学界在谈及公共外交时普遍援引的是1965年美国塔夫茨大学（University of Tufts）弗莱彻法律与外交学院（Fletcher School of Law and Diplomacy）院长埃德蒙·格利恩（Edmund Gullion）在爱德华·默罗公共外交研究中心（Edward R. Murrow Center）成立仪式的演说中所使用的说法，即“公共外交指的是公众态度对外交政策的形成和执行所造成的影响。它涵盖了超越传统外交的国际关系领域，包括‘一国政府在其他国家境内培植舆论；一国利益集团与他国利益集团的互动；有关外交事务及其影响的通讯报道；职业外交官和驻外记者之间的联络与沟通和跨文化沟通的过程’”。

公共外交是一国政府与非政府行为体为了影响与改变外国公众观念、塑造自我良好国际形象而开展的信息、知识和价值传播活动。如果说公共外交是对传统外交的补充和发展，新公共外交则是传统公共外交的更新，是国家在全球化和信息化时代塑造国际形象，构建合法性和认同度，增强国际话语权的一项重要战略。

与传统公共外交相比，新公共外交的“新”首先体现在它强调行为主体多元化，并且更多聚焦非政府行为体在公共外交中的作用和职能。传统公共外交大多奉行从政府到公众的“垂直化模式”，这种模式是以中央政府为行为主体，外交部和国家外交服务机构更多地扮演“守门人”的角色。这种模式强调政府外交行为的“自上而下”过程，但近年来呈现出政府和非政府行为体作为公共外交的行为主体，共同影响他国公众的二元模式，即：新公共外交行为主体的日益多元化生成了“垂直化”和“网络化”并存的实施结构。^① 公共外交在全球持续升温带动了非国家行为体的介入。这些非国家行为体既包括企业、媒体、大学、智库、各种民间组织和国际组织等，也涵盖了各方面的精英人物（如学者、企业家、宗教领袖、演艺界人士等）和广大公众。在公共外交这个共同的语境下，不同的行为体之间互相取长补短，汲取经验。从一定意义上讲，政府也是希望各种非政府行为体在公共外交中发挥重要作用和影响的。因为从公共外交的实施效果看，政府主导的“垂直化”模式总是难以逃脱“自我吹捧”的嫌疑，而从公众到公众的“网络化模式”则让对方感到更加真实、可信。伴随越来越多的非政府行为体介入公共外交，新公共外交中“公众到公众”的交流模式日益活跃，随之衍生出的“市民外交”（Citizen Diplomacy）成为公共外交的重要组成部分之一。早在1956年，美国艾森豪威尔总统就曾在白宫组织市民外交的高层论坛，其最直接的影响就是建立了“国际民间交往协会”（People to People International）和“国际姐妹城市”（Sister Cities International）两个非政

^① 郑华：“新公共外交内涵对中国公共外交的启示”，《世界经济与政治》，2011年第4期。

府组织。这两个组织在二战后蓬勃发展的主要驱动力是为避免世界大战而加强民间交流与合作,增进相互理解。美国政府资助的市民外交项目的显著特点之一就是政府与私人机构(多为非营利组织)的合作,即“政府埋单,私人机构负责实施”,其最大优势在于淡化政治色彩,充分了解美国文化,易建立互信,减少政府投入。不言而喻,市民的个体素质和作风会折射出整个国家的形象。2007年年初,美国国务院为鼓励公司、学术机构和其他非政府组织在提升美国国家形象方面做出贡献,特设立“本杰明·富兰克林奖”。无独有偶,为改变“天然气阀门加武力”的僵硬呆板国际形象,俄罗斯一直以来高度重视以联合国为中心的国际组织外交。2010年,俄罗斯政府专门成立了公共外交援助基金会,负责向非政府组织拨款,促进其更积极地参与国际合作。为加强与欧美在民主理念和制度体系上的对接与沟通,回应西方压力和展现俄“民主形象”,俄罗斯还效仿西方智库在世界各地布局的战略,在巴黎和纽约成立了“民主与合作研究所”,向西方广泛宣传俄政治、民主、人权发展成果,并与西方专家、学者及政界人士就民主等问题进行广泛交流与对话,积极树立俄罗斯开放、民主、进步的国家形象,从而间接对国际舆论施加影响。^①近年来,伴随政府将越来越多的公共外交事务“外包”给非政府机构,有学者甚至发出了“公共外交是否进入了私有化年代”的质疑。^②这也是有专家呼吁公共外交已正式进入全民参与时代,“公共外交,匹夫有责”的主要原因。^③

其次,新公共外交的“新”体现在信息传播手段和技术的更新,这具体体现在以 Web2.0 为代表的社会媒体活跃所引发的海量信息生成及其为公共外交专业工作人员带来的严峻挑战。公共外交本质上是一种信息、知识和价值传播活动。在互联网时代,Web2.0 的日趋活

① 许华:“俄罗斯:应对国家形象困境”,《对外传播》,2011年第3期。

② Kathy R. Fitzpatrick, “Privatized Public Diplomacy,” in Philip seib, ed: Toward a New Public Diplouaa - Policy, 2009, pp. 155 - 172, Toward a New Public Diplouaa.

③ 赵启正:“‘公共外交,匹夫有责’等八则”,2010年9月7日, <http://www.qs-theory.cn>。

跃使得“社会媒体”（Social Media）在传播中的作用和影响力凸显。社会媒体通过文本、图像、音乐和视频等不同形式，使用户借助网络平台彼此分享意见、见解、经验和观点。其中，博客、网络论坛、播客、微博等作为流行的社会媒体传播介质备受网络用户青睐。公众不但可以通过与传媒本身进行互动，而且公众自身也可以加强和世界其他公众之间的联系，让公众在国家和国际事务中具有前所未有的话语权，这种把大众传播变得“个人化”和“个性化”的特性是传统媒体从未具有的。与此同时，数字化时代传播技术的更新使公共外交的专业工作人员面临严峻的挑战。信息准入门槛大大降低使得信息制造者和散布者多元化、复杂化。布赖恩·麦克奈尔（Brian McNair）就曾指出，“信息源的扩散为国际新闻和远程通讯公司开创了‘混乱模式’”。^① 同样，网络用户参与信息制造和传播的模式亦为公共外交的从业人员带来了前所未有的“混乱”，正如美国新闻署前工作人员所言：“事实上，新技术使得大众传播更加困难，而不是简单了。互联网散播谣言的速度要远远高于官方的正面报道……用信息控制谣言将成为一大难题。”换句话说，21 世纪传播技术和信息环境的改变使得政府难以操控信息的流动，信息传播的跨国界行动使政府应对的是一场无国界斗争。一方面，网络用户在对全球化带来的海量信息进行筛选、阅读时，囿于区域活动范围的限制和工作、生活的需求，往往更为关注当地信息，以至于出现“全球化”和“本土化”的复合体——“全球本土化”（Glocalization）；另一方面，传统“一对多”的信息传播模式在遭遇 Web2.0 技术挑战时，使得网络用户由被动的信息接受者逐步转化为信息制造者、传播者和独立的信息观察员。后现代的网络用户在收集、筛选、甄别各种信息之后，往往会做出颇具批判意识的独立判断，并再次借助网络传播个人观点。但是，新媒体技术对公共外交的挑战并不总是负面的，换句话说，在外交事务国内社会化（Domestic Socialization of Diplomacy）的浪潮中，社会媒体广

^① Brian McNair, *Cultural Chaos: Journalism, News, and Power in a Globalised World*, London: Routledge, 2006.

为使用为政府带来的不仅仅是头脑风暴，公民社会的草根议题常常会为政府外交事务的议程设置提供思路，更提供了邀请目标群体积极参与公共外交活动创设的机会。此外，政府利用网络空间引导网民进行网络协作亦不失为加强民族凝聚力的有效手段之一。

第三，新公共外交的“新”体现在公共外交与公共事务之间的界限日益模糊。从传统意义上讲，公共外交（Public diplomacy）与公共事务（Public affairs）的本质区别之一在于二者的目标群体不同，前者是跨国界、跨文化的交流，目标群体是外国公众，而后者主要是针对国内公众。人们普遍认为在信息传播方面，公共事务的主要任务是“告知”（Informing），而公共外交的主要目的是“影响”（Influencing）。在美国公共外交发展史中，1948年的《美国信息和教育交流法案》（The US Information and Educational Exchange Act）、1972年《对外关系法》（The Foreign Relations Act）中的相关修正案和1985年的“佐林斯基修正案”（Zorinsky Amendment）均对美国新闻署传播信息的内容和工作职能做出过明确规定，严格地执行“内外有别”的路线，公共外交的目标群体应远离美国公众，如：“禁止将在境外传播的信息向本国公众扩散”，“禁止美国新闻署资助影响美国公众意见的读物，禁止在美国境内散发相关项目的读物”等等，但在国家间相互依存度日益加强的全球化时代，信息流动加快，人员互访频繁，严格地区分公共外交和公共管理并非易事。换句话说，公共外交和公共事务之间的联系比以往任何时候都更加紧密。这预示着公共外交信息传播“内外有别”的传统套路在21世纪已然面临严峻挑战。在互联网和廉价机票的时代，伴随公民社会的迅速发展壮大，外交事务国内社会化逐渐成为社会主要议题之一，因而，公共外交与公共事务势必要相互协调，相互补充，共同发展。

最后，新公共外交的“新”还体现在更为关注公共外交实施效果的考量方面。长期以来，由于传统公共外交旨在强调他国公众中建立对本国长期、稳定、积极的认知，公共外交的实施效果并不容易测量。但“9·11”事件以及此后布什政府在中东的一系列行为引发了学者更深层次的思考。“9·11”事件最初引发的是美国学者关于

“他们为何痛恨我们”(Why do they hate us?)的反思。学界普遍认为是美国政府在后冷战时代大幅削减公共外交的财政预算,导致在中东地区的公共外交缺位所致。但布什政府随后在中东地区开展的一系列公共外交均未奏效,学者们继而反思究竟是何种因素直接影响到政府公共外交的实施效果?换句话说,公共外交的活跃与频繁并不会自动确保能在交流者中构建对本国的美好认知,有时甚至会出现“了解越多,失望越多,不满越多”的情况。“9·11”事件之后,华盛顿涌现出一大批指责美国公共外交严重缺陷并试图开出救治药方的文献,但最深刻的分析莫过于直指问题的关键:“不在于政策的表现形式,而在于政策本身”,即一个国家的公共外交目标若与其外交政策和军事行动不一致,将很难获得成功实现。美国的中东政策和其在伊拉克的军事存在,大大诋毁了美国公共外交的声誉。“金钱和肌肉是无法确保公共外交成功的。如果面对他国一群心存疑虑的公众,投钱进行自我鼓吹,那真是低估了后现代公众的判断力。”^①“9·11”事件爆发的原因及其后美国试图挽救自身形象的事实证明,公共外交实施目标与外交政策相一致,国内政策与外交政策相一致将有助于提升公共外交的实施效果,公共外交的主管部门在官僚机构中的角色定位则成为关乎公共外交成败的核心要素。

毋庸置疑,21世纪的时代特征赋予了公共外交新的内涵,并对中国公共外交的研究和实践提出了新的要求。无论从中国发展的内外环境,还是对世界的影响来说,中国通过加强公共外交来提升国家的国际形象和软实力都是时代的呼唤,均具有重要的理论与现实意义。当代中国公共外交的基本任务是向世界说明中国,促进外国公众认识真实的中国——包括中国的历史文化传统、社会经济发展状况、政治体制和内外政策等等。通过公共外交,可以更直接、更广泛地面对外国公众和主流社会人士,能更有效地增强中国的文化吸引力和政治影响力,改善国际舆论环境,维护国家的利益。

值得注意的是,无论是传统公共外交,还是新公共外交的理论虽

^① Jan Melissen, *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. p. 7.

不具有高深的学术性，但它在实践中往往需要高度的智慧，而这样的智慧并不仅仅集中在政府，而更多地蕴藏于非政府和民间，这无疑对目前中国正在开展的公共外交提出了全新的挑战。现实表明，中国的公共外交目前仍主要采用“从政府到公众”的发展模式，孔子学院和海外中国文化年均为政府主导的备受西方瞩目的公共外交项目。2008年北京奥运会和2010年上海世博会以及重大国际赛事和展览活动引发的“市民外交”虽带有一定非政府色彩，但在整个公共外交活动中所占比重较少。伴随全球化时代由非国家行为主体主导的“去政府化”行为成为公共外交发展的重要趋势，中国作为21世纪全球政治舞台上的崛起大国，尽管其国际定位、战略文化和民族传统有其自身的发展特质，但中国公共外交的发展势必在全球新公共外交的宏观语境下进行。因而，把握全球新公共外交的特点，顺应时代发展潮流，将成为发展中国公共外交的首要考虑。本研究将目前世界风行的公共外交新趋势和新动向进行系统梳理和解读，其目的正缘于此。

目前，国内对公共外交的著述已经非常深入，关于新公共外交的论文也偶见诸纸墨之间，但尚无对新公共外交做出系统性论述的专著，关于新公共外交与中国方面的论述更是非常少见。笔者本着学习与探索的态度，不避浅陋，尝试前行，试图对当代世界公共外交领域已经出现的几种有代表性的新型公共外交形态进行阐述和分析，对世界新公共外交的发展趋势及其走向做出前瞻性评估，进而提出中国新公共外交的战略和策略。

鉴于当代公共外交起源于西方，兴盛于世界，成熟于美国，而中国公共外交起步相对较晚，故本书行文中对一些西方国家公共外交的成熟做法与经验不免多有“溢美之辞”，而对于处于迅速发展进程之中、尚存在诸多不足的中国公共外交实践多了些许“哀其不幸，怒其不争”式的善意“批评”。但笔者相信，中国新公共外交的未来虽然征程曲折，但前途一定是光明的。

第一章

智库公共外交

第一节 智库公共外交概论

智库也称“思想库”(Think tank)，这一叫法起源于一战中被大规模使用的“坦克”(Tank)，亦即人类思想也有像坦克那样的威力，而从之后智库的表现来看，这架“坦克”确实也表现出了惊人的威力和魅力。

日本智库研究专家铃木尚广(Takahiro Suzuki)曾对智库做出过一个非常精练的界定：“智库是从事公共政策研究的机构”。智库研究领域知名专家斯通(Diane Stone)则将智库视为“相对独立于政府、政党和压力集团，从事当下政策议题研究和分析的机构”；在政治科学百科全书中，拉迪(Stella Ladi)将智库描述为“有别于政府机构的，致力于运用专业知识和网络活动为多元政策议题提供建议的研究机构”；瑞奇(Andrew Rich)基于美国视角将智库界定为“独立的、中立的、非营利性的，以专业知识和思想观点产出为基础，获得资助并影响政策过程的研究机构”。因此，在当代西方国家的语境中，智库通常是指一种相对稳定、独立于政府决策机制，并以影响公共政策和舆论为目的的政策研究和咨询机构。

近年来，随着智库数量的急剧增多和其显性影响力在全球范围内迅速提升，国内外学界对智库及其在国际关系和公共外交中发挥的重

要作用给予了越来越多的关注和讨论。有学者认为,智库是外交思想的“掮客”(Idea Broker),是外交议题的设置者和政策倡导者;^①也有学者认为,智库协助外交团队出谋划策,在预防性外交和冲突解决中扮演着重要角色;^②更有学者认为,智库是外交过程不可或缺的一部分,是名副其实的“影子政府”。^③

一般而言,智库具有独立性、实践性和专业性等特征,这些特性决定了智库在国际上的学术地位和政策影响力。智库的最鲜明特征是它的独立性。在欧美国家,独立性是智库得以安身立命的关键,可以确保智库专家能够“闭关修炼”,不受各种政治力量的干扰。所谓独立性,既包括在法理上不从属于任何政府体系及其分支,有独立的经费、人员以及独立行为的能力,也包括在政治上能够对政府、政党、大众传媒、利益集团和其他社会力量具有免疫力,不受其干涉。智库是不从属于政府部门、非党派的独立研究机构,特别是在财政上是独立的。智库的财政来源是多元的,既有政府合同,也有企业和社会捐助,从法律上都属于免税资金。智库利用这些经费独立从事知识、思想和观念的生产,不以盈利为目的,一定程度上保证了智库研究相对独立于权力。例如大名鼎鼎的美国布鲁金斯学会就是由一家零售商创办的,虽然有偏好民主党的倾向,但学会并不主张为任何一个单一的政党服务,其自成立以来的历任主席也由两大党出身的人平分秋色,以免为政治偏好所裹挟、为权力当局所左右。智库的独立性还表现在客户有选择不同智库的自由,智库也有发表自己独立报告、不迎合政策的权利。独立是智库公正和权威的前提,一味迎合政府高层喜好而不顾实际发展和客观规律的报告短期内很风光,但最终只会沦为错误

① James Smith, *Idea Brokers: Think Tanks and the Rise of the New Policy Elite*, New York: Free Press, 1991; Donald Abelson, *Do Think Tanks Matter? Assessing the Impact of Public Policy Institute*, McGill - Queen's University Press, 2002.

② James McGann, *Comparative Think Tanks, Politics and Public Policy*, Edward Elgar, 2005; James McGann, *Think Tanks and Policy Advice in the U. S: Academics, Advisors and Advocates*, Routledge, 2007.

③ Michael Bark, *Independent Think Tanks and Patronage: Interest Representation in the Policy Process*, Ph. D Dissertation, Kansas University, 1996.

政策的陪葬品。当然，智库独立性与智库思想偏好并不矛盾，作为“思想掮客”，智库在政治价值观和意识形态上可左可右，可自由也可保守，只要是独立思想的结果就不影响智库的独立性。当然，智库为了使其思想产品有效作用于实践，必须与政府保持最紧密的联系，其独立性更注重的是思想的独立，“品格”的独立。纯粹的独立在实践中很难做到，所以智库最重要的还在于“公共”二字。智库在为政治活动家提供菜单，并列出具轻重缓急的政策选择的同时，也须谨记国家政治生活各有分工。智库的功能是咨政而不是参政议政，不能利用自己的影响力为特殊利益集团服务，更不能成为追求特殊政治利益的组织。

智库的最终目的是影响决策者，这是智库实践性和专业性的具体体现。抛开渠道和决策者本身的好恶，智库影响力不外乎以下三个方面，且都需要在实践中体现出来。一是预判性。政策研究最重要的是对未知事态的预测，在事情还未发生或正在发生时就能提出准确的前瞻性的判断，而不缺“各种可能性不能排除”的辩证法，或者“事后诸葛亮”式的反证。二是可行性。纷繁复杂不断发展变化着的实践，是论定公共智库能力的唯一标准。智库提出的政策建议不仅能够落地，而且能够成功实施收到良好效果，从而印证建议的正确性，这是所有国际知名智库评价工作成败的通行标准。三是阐释性。现代国家中，民众对政府及其政策的天然不信任是很正常的。智库的作用之一就是充当政府与公众沟通的平台，利用权威性和公信力把公共事务领域内的正确见解传播到更广阔的领域，为政策的实践创造友善的政治氛围。

从国际政治的现实来看，智库无疑是一个相当重要的外交舞台，有时甚至还是外交斗争与较量的阵地，因此智库外交的重要意义就得呈现出来。

智库外交是指一个国家为了化解外交事务中的知识危机，制度化吸纳智库及其人员参与决策、执行、监督、评估等外交过程的一切关系、形式和活动的总和。通常意义上的智库外交大致包括两层含义：一是以智库为主体，智库之间的国际交流；二是以外国政府和智库为

对象与目标的国际交流，包括由本国政府官员到外国重要智库进行专题演讲，向外国智库派出访问学者或者智库人员受邀出访他国等。政府官员或智库人员在他国智库举行演说、做报告，及时阐述本国政府的政策立场或研究机构的观点看法，有助于影响来自世界各国的精英听众，给外界留下深刻与良好的印象，有助于主动塑造与不断改善本国的国际形象，增加政府及其政策的透明度、亲和力、感染力与说服力，也有助于增加外界对本国的了解与尊重。因此，“智库外交”不仅是国家总体外交的重要环节，也是一个国家外宣工作的重要内容，还是多方搜集情报、准确研判形势、及时制定有效对策的重要渠道，更是培养高层次外交外事人才、锻炼队伍的重要方式。

按照智库参与外交所扮演的角色不同，可以将智库外交大致分为三种形式：知识外交、“二轨外交”和公民外交。^①

在知识外交中，智库扮演了“思想掮客”和“幕僚”的角色，主要任务是为政府和外交系统提供思想、理念知识和政策等方面的咨询和建议，不直接参与任何具体履行外交使命的外交实践。比如美国人柯庆生在离开国务院后继续被聘请为美国国务院的亚太政策顾问、中国很多研究机构的专家参加外交部的政策咨询会等，都是知识外交的活动。

“二轨外交”是与通常所说的第一轨道（政府）外交相对应的概念，1982年由美国外交官约瑟夫·蒙特威尔首次提出，具体指的是存在冲突或争端的组织或者国家之间进行的一种非官方的、非正式的接触和互动，主要由非官方或半官方人士（包括学者、退休官员、公共人物和社会积极分子等）参与双边或多边外交对话，目的在于寻找冲突解决和信任创建的机会。如果把官方外交称为“硬外交”，那么，“二轨外交”就是“软外交”，它通过“理性的”或“善意的”专家互动，更多地体现在影响国际社会舆论和提供价值素材这些“软实力”方面，是对官方外交在思想价值领域的有益补充，也

^① 相关内容参见赵可金：“中外智库外交的五维比较”，《公共外交季刊》，2014年第4期。